

**LAPORAN TUGAS AKHIR**  
**“AKTIVITAS *PUBLIC RELATIONS* PT TELKOM DIVRE IV JATENG &  
DIY DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF”**



Disusun oleh:  
Fajar Mei Sopiyantri  
D1614027

Dijukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh  
Gelar Ahli Madya (A.Md) Dalam Bidang Komunikasi Terapan

**PROGRAM STUDI DIII KOMUNIKASI TERAPAN**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**  
**UNIVERSITAS SEBELAS MARET**  
**SURAKARTA**

**2017**

**PERSETUJUAN**

**AKTIVITAS *PUBLIC RELATIONS* PT TELKOM DIVRE IV JATENG  
DAN DIY DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF**

Disusun Oleh :

NAMA : FAJAR MEI SOPIYANTI  
NIM : D1614027  
KONSENTRASI : HUBUNGAN MASYARAKAT

Disetujui untuk dipertahankan dihadapan Panitia Ujian Tugas Akhir  
Program Studi Diploma III Komunikasi Terapan  
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik  
Universitas Sebelas Maret Surakarta

Surakarta, 26 Mei 2017

Pembimbing



Henricus Hans Setyawan Prabowo, M.I.Kom

## PENGESAHAN

Tugas akhir ini telah diuji dan disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir  
Program Studi D III Komunikasi Terapan  
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik  
Universitas Sebelas Maret

Surakarta

Hari : Jumat

Tanggal : 09 Juni 2017

Disusun Oleh :

FAJAR MEI SOPIYANTI

D1614027

Panitia Ujian Tugas Akhir

Nama

Tanda tangan

1. Penguji 1:

Tri Budi Kus Handaryati, SE, MM  
NIK. 1969030220130201



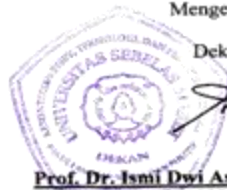
2. Penguji 2:

Henricus Hans S. Prabowo, M.I.Kom



Mengetahui,

Dekan,



Prof. Dr. Ismi Dwi Astuti Nurbaeni, M.Si  
NIP. 196108251986012001

#### PERNYATAAN

Nama : Fajar Mei Sopiyantri  
N I M : D1614027  
Konsentrasi : Hubungan Masyarakat

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tugas akhir berjudul "AKTIFITAS *PUBLIC RELATIONS* PT TELKOM DIVRE IV JATENG & DIY DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF" adalah betul-betul karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam tugas akhir tersebut diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan tugas akhir dan gelar yang saya peroleh dari tugas akhir tersebut.

Surakarta, 26 Mei 2017

Yang Membuat Pernyataan,



FAJAR MEI SOPIYANTI

## **HALAMAN MOTTO**

Maka bertanyalah kepada orang-orang yang mempunyai pengetahuan jika kamu tidak mengetahui (Qs. An Nahl : 43)

Wahai orang-orang yang beriman jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu (QS. AL-Baqarah [2] ayat 153)

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Doa dan Puji syukur khadirat Allah SWT penulis mempersembahkan karya sederhana ini kepada :

1. Kedua orang tua dan adikku yang telah menyayangi dan mendukungku.
2. Sahabat dan teman-temanku, kalian adalah sebagian dari hidupku.

Semoga kalian selalu berada di lindungan Allah SWT.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala anugerah dan karunia-Nya, sehingga Laporan Tugas Akhir berjudul “*AKTIVITAS PUBLIC RELATIONS PT TELKOM DIVRE IV JATENG & DIY DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF*” yang disusun untuk melengkapi syarat kelulusan pada program Diploma III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta ini dapat terselesaikan dengan baik. Sebelum pembuatan Laporan Tugas Akhir ini penulis telah melaksanakan kegiatan KKM pada PT Telkom Divre IV Jateng & DIY selama dua bulan. KKM yang dilakukan bertujuan sebagai pengembangan dan pengaplikasian ilmu yang di dapatkan penulis pada masa perkuliahan dan diterapkan pada dunia kerja, sehingga penulis dapat melihat gambaran nyata dan kompetisi dalam dunia kerja. Dalam kegiatan KKM penulis telah memperoleh pengalaman yang cukup berharga, serta mengerti tugas dan peran Public Relations PT Telkom Divre IV Jateng dan DIY secara nyata dan diharapkan dapat menjadi bekal penulis sebelum terjun dalam dunia kerja. Keberhasilan atas terselesaikannya pembuatan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari dukungan dan doa dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. ALLAH SWT yang selalu memberi rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis
2. Dekan FISIP UNS Prof. Dr. Ismi Dwi Astuti N, M.Si atas segala bantuan dalam hal perizinan dan persyaratan yang penulis butuhkan untuk melaksanakan magang dan menyelesaikan tugas akhir penulisan.

3. Bapak Mahfud Anshori, S.Sos, M.Si selaku Ketua Program Studi Diploma III Program Studi Komunikasi Terapan Universitas Sebelas Maret.
4. Bapak Haryanto, M.Lib selaku pembimbing akademik.
5. Bapak Henricus Hans Setyawan Prabowo, M.I.Kom selaku pembimbing atas segala bantuan yang telah diberikan selaku penulisan tugas akhir dan pembimbing Tugas akhir ini.
6. Seluruh dosen dan pengajar Komunikasi Terapan yang telah mengajar dan mendidik penulis selama menjalani pendidikan di Universitas Sebelas Maret Surakarta.
7. Bapak Agung selaku pembimbing magang di PT Telkom Divre IV Jateng dan DIY yang telah memberikan arahan dan bantuannya.
8. Cornelia Egra, selaku Rekan Magang dari USM.
9. Teman-teman Public Relations 2014,
10. Seluruh civitas Akademika FISIP UNS.
11. Almamterku.
12. Pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian tugas akhir.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan laporan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan penyusunan Laporan Tugas Akhir ini.

Akhirnya penulis berharap semoga Laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Wassalamualaikum Wr. Wb



Surakarta, Mei 2017

Penulis

Fajar Mei Sopiyanthi

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xiv
RINGKASAN .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Tujuan Kerja Kuliah Media .....	6
C. Manfaat Kuliah Kerja Media .....	7
D. Tata Laksana Kegiatan .....	9
E. Tabel Kegiatan .....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	

A. Pengertian <i>Public Relations</i> .....	14
B. Tugas dan Fungsi <i>Public Relations</i> .....	16
C. <i>Public Relations</i> Perusahaan.....	18
D. Tugas <i>public relations</i> perusahaan .....	18
E. Pengertian Citra Perusahaan.....	27
F. Hubungan <i>Public Relations</i> dan Citra Perusahaan .....	30

### BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Profil PT Telkom .....	31
B. Strategi Kebijakan PT Telkom .....	32
1. Visi PT Telkom.....	34
2. Misi PT Telkom .....	33
3. <i>Corporate Culture</i> PT Telkom .....	33
4. <i>Core values</i> .....	34
5. <i>Key behavior</i> .....	35
6. Inisiatif strategis .....	35
C. Logo dan Tagline.....	36
D. Produk – produk PT Telkom .....	39
E. Profil Singkat PT Telkom Divre IV Jateng dan DIY.....	40
F. Struktur Organisasi PT Telkom Divre Jateng dan DIY.....	41
G. Struktur organisasi Departement Sekretariat dan Public Relations....	45

### BAB IV PELAKSANAAN KULIAH KERJA MEDIA

A. Pelaksanaan Kuliah Kerja Media (KKM) .....	46
---	----

B. Pekerjaan yang dilakukan Selama KKM .....	46
C. Kendala dalam Melaksanakan KKM.....	59
D. Cara mengatasi Kendala .....	59

## BAB V PENUTUP

A. KESIMPULAN .....	61
B. SARAN .....	62

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## **Daftar Gambar**

Gambar 3.1 Logo Telkom .....	36
Gambar 3.2 Struktur Organisasi PT Telkom Divre IV Jateng dan DIY .....	40
Gambar 3.3 Struktur organisasi Sekdiv dan Pural .....	44

## Daftar Tabel

Tabel 1.1 Kegiatan Selama KKM .....	9
-------------------------------------	---

## RINGKASAN

### **Fajar Mei Sopiyanthi (D1614027), Aktivitas *Public Relations* PT Telkom Divre IV Jateng dan DIY dalam Meningkatkan Citra Positif.**

*Public Relations* merupakan perantara antara pimpinan organisasi dengan publiknya, baik dalam upaya membina hubungan masyarakat internal maupun eksternal. Sebagai publik, mereka berhak mengetahui rencana kebijaksanaan, aktivitas, program kerja dan rencana-rencana usaha suatu organisasi atau perusahaan berdasarkan keadaan, harapan-harapan, keinginan-keinginan publik sebagai sasarannya. Citra perusahaan di mata publik dapat terlihat dari pendapat atau pola pikir pada saat mempersepsikan realitas yang terjadi. Citra perusahaan adalah adanya persepsi yang berkembang di benak publik terhadap realitas. Realitas dalam *Public Relations* adalah apa yang tertulis di media. Terbentuknya citra perusahaan karena adanya persepsi. Untuk mendapatkan citra yang diinginkan, perusahaan harus memahami secara persis proses yang terjadi ketika publik menerima informasi mengenai kenyataan yang terjadi.

Dalam upaya meningkatkan citra positif, maka perlu juga seorang *Public Relations* menjaga hubungannya dengan publik. Dalam *public relations* perusahaan terdapat dua jenis publik, yaitu publik internal dan publik eksternal. Hubungan dengan publik internal antara lain dengan karyawan dan *stockholder*, sedangkan hubungan dengan publik eksternal antara lain dengan pers, komunitas, pelanggan, dan pemerintah. Maka dari itu penting adanya divisi *Public Relations* di PT Telkom Divre IV Jateng dan DIY untuk menjaga citra positif.

Dalam usaha pencitraan *Public relations* PT Telkom Divre IV Jateng dan DIY melakukan berbagai aktivitas dengan publik, aktivitas dengan publik internal perusahaan antara lain media monitoring, digismart, sesi diskusi, liputan, web digital dan portal internal. aktivitas tersebut dilakukan untuk menciptakan suasana kerja yang kondusif serta meningkatnya motivasi kerja para karyawan guna memajukan perusahaan. Sedangkan kegiatan eksternalnya antara lain, konferensi pers, *press release*, kunjungan media dan wawancara. Peran *public relations* dalam meningkatkan citra positif PT Telkom Divre IV Jateng dan DIY dengan cara-cara tersebut merupakan langkah untuk membangun, meningkatkan citra dan reputasi baik perusahaan.

**Kata kunci : *Public Relations*, Citra, PT Telkom Divre IV Jateng dan DIY**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. LATAR BELAKANG**

Kegiatan Kuliah Kerja Media (KKM) merupakan kegiatan akademik terstruktur dengan bobot 6 SKS. Kuliah kerja media atau magang mahasiswa adalah suatu upaya pendekatan diri mahasiswa dengan dunia kerja. Ini dilakukan oleh mahasiswa yang telah memasuki semester enam atau akhir yang telah menempuh semua mata perkuliahan. Pertimbangan ini dilakukan dengan anggapan bahwa mahasiswa yang telah memenuhi persyaratan di atas mampu menerapkan teori-teori yang didapat selama bangku perkuliahan dengan pengalaman langsung di dunia kerja secara nyata. Tidak hanya sekedar memperoleh gambaran saja tetapi juga merasakan nyata aktivitas atau pekerjaan bidang yang dipelajari.

Dengan kegiatan magang ini, diharapkan mahasiswa yang mengikuti kegiatan tersebut dapat menambah ilmu pengetahuan, keterampilan dan pengalaman dalam rangka meningkatkan kompetensi di bidangnya sesuai dengan peminatannya, sehingga mampu menunjukkan daya saing di dunia kerja secara nyata.

Dalam era modern saat ini peran *public relations* dalam sebuah organisasi atau perusahaan sangat dibutuhkan karena perannya yang sangat begitu penting. Sebab peran *public relations* sangat dominan dalam menjalin hubungan antara perusahaan dengan publiknya, baik publik internal maupun



publik eksternal dalam rangka menjaga citra positif, karena dalam pelaksanaannya *public relations* menggunakan komunikasi untuk memberitahu, mempengaruhi, dan mengubah pengetahuan, sikap dan perilaku publik Sasarannya. Hal yang dicapai dari kegiatan *public relations* pada intinya adalah citra yang baik, itikad baik, saling pengertian, saling mempercayai, saling menghargai dan toleransi.<sup>1</sup>

Selain itu, seorang *public relations* juga mempunyai peranan yang penting dalam menangani persoalan-persoalan yang berkaitan dengan keinginan dan harapan publik, baik itu publik internal maupun publik eksternal (pendengar dan media massa baik cetak seperti koran dan majalah ataupun elektronik dalam konteks ini adalah stasiun televisi) demi perkembangan untuk ke arah yang lebih baik serta dapat membangun kepercayaan publik. Adanya kepercayaan dari publik akan memberikan citra yang positif terhadap keberadaannya.

Citra adalah tujuan utama dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia *public relations*. Pengertian citra itu sendiri abstrak (*intangible*) dan tidak dapat diukur secara matematis, tetapi wujudnya bisa dirasakan dari hasil penilaian baik atau buruk. Seperti penerimaan dan tanggapan baik positif maupun negatif yang khususnya datang dari publik dan masyarakat luas pada umumnya. Citra perusahaan adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan sekedar citra atas produk dan pelayanannya. Citra perusahaan ini terbentuk dari banyak hal,

---

<sup>1</sup>Soleh soemirat dan Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relations* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, tahun 2016), halaman 14.

seperti sejarah atau riwayat hidup perusahaan yang gemilang, keberhasilan dan stabilitas di bidang keuangan, kualitas produk, keberhasilan ekspor, hubungan industri yang baik, reputasi sebagai pencipta lapangan kerja, kesediaan turut memikul tanggung jawab sosial, dan komitmen mengadakan riset.

Dalam usaha untuk meningkatkan citra sebuah perusahaan, maka perlu adanya aktivitas positif seorang *public relations* yang dikembangkan untuk menarik publik, baik publik internal maupun publik eksternal perusahaan. *Public Relations* (PR) mempunyai tanggung jawab baik keluar maupun kedalam, untuk menjaga eksistensi dan citra dari perusahaan dimana *public relations* tersebut berada. Kegiatan *public relations* begitu besar, luas dan kompleks karena bukan hanya menangani pihak-pihak yang berada di lingkungan dalam perusahaan tetapi juga pihak-pihak yang berada pada lingkungan luar organisasi yang beragam keinginan, kebutuhan dan kepentingannya masing-masing. Kegiatan sehari-hari seorang *public relations* adalah mengadakan kontak sosial dengan kelompok masyarakat untuk menjaga hubungan baik.

Dalam upaya meningkatkan citra positif suatu perusahaan maka aktivitas seorang *public relations* yang pertama adalah melakukan hubungan internal, hubungan internal *public relations* dalam perusahaan dilakukan untuk membangun hubungan komunikasi antara pimpinan dengan karyawan maupun hubungan dengan sesama karyawan, serta rasa tanggung jawab akan

kewajiban terhadap perusahaan.<sup>2</sup> Hal inilah yang menjadi dasar mengapa menjaga hubungan dengan karyawan adalah hal yang penting untuk dilakukan oleh seorang *public relations*. Melalui hubungan yang baik tersebut diharapkan akan memperoleh hasil yang positif, seperti misalnya karyawan merasa dihargai oleh perusahaan (*sense of belonging*) , membuat karyawan semakin termotivasi dalam berkreaitivitas dan memiliki keinginan untuk bekerja secara maksimal. Seorang *public relations* harusnya selalu berusaha agar dapat sedekat mungkin dengan publik internal perusahaan dengan menjalin hubungan yang harmonis antara pihak-pihak yang terkait dalam perusahaan maka akan tercipta iklim kerja yang baik.

Selain menjaga hubungan internal, seorang *public relations* juga harus bisa menjaga hubungan eksternal perusahaan. Hubungan dengan pihak luar perusahaan juga harus terjalin karena baik buruknya citra sebuah perusahaan dalam rangka kegiatan *public relations* tidak terlepas dari opini publik yang beredar dimasyarakat. Kegiatan eksternal *public relations* ini ditujukan untuk publik eksternal organisasi atau perusahaan, yaitu keseluruhan elemen yang berada di luar perusahaan yang tidak berkaitan secara langsung dengan perusahaan, seperti masyarakat sekitar perusahaan, pers, pemerintah, konsumen, pesaing dan lain sebagainya. Dengan menjaga hubungan eksternal ini, seorang *public relations* diharapkan dapat menciptakan kedekatan dan kepercayaan publik eksternal kepada perusahaan. Dengan begitu maka akan tercipta hubungan yang harmonis antara organisasi atau perusahaan dengan

---

<sup>2</sup>Kustadi Suhandang, *Publik Relations Perusahaan*, (Bandung : penerbit Nusantara, tahun 2004),hal.179.

publik eksternalnya, sehingga dapat menimbulkan citra baik atas perusahaan dimata publiknya.

Dalam proses Kuliah Kerja Media (KKM) ini, penulis memilih PT Telkom Divre IV Jateng dan DIY. Telkom Group adalah satu-satunya perusahaan telekomunikasi milik negara dan penyedia layanan jaringan di Indonesia. Telkom Group melayani jutaan pelanggan di seluruh Indonesia dengan layanan lengkap telekomunikasi yang meliputi telepon tidak bergerak kabel dan koneksi tetap nirkabel, komunikasi selular, layanan jaringan dan interkoneksi dan jasa Internet dan komunikasi data. Telkom Group juga menyediakan berbagai layanan di bidang informasi, media dan edutainment, termasuk layanan berbasis cloud server berbasis dan dikelola, layanan *e-Payment* dan *enabler IT*, *e-Commerce* dan layanan portal lainnya.

PT.Telkom adalah salah satu perusahaan yang memiliki banyak publik baik , publik internal maupun publik eksternal. Maka keberadaan divisi *public relations* di PT Telkom Divre IV ini merupakan suatu keharusan secara fungsional dan operasional dalam upaya menyebarluaskan atau mempublikasikan tentang suatu kegiatan atau aktivitas instansi bersangkutan yang ditujukan baik untuk hubungan antara publik internal maupun publik eksternal agar mampu meningkatkan citra positif terhadap perusahaan. *Public Relations* (PR) juga merupakan jembatan bagi sebuah dua organisasi atau perusahaan dengan publiknya sebagai upaya untuk mendapatkan dukungan publik, menjadi tindakan preventif untuk sebuah perusahaan dan meraih citra positif.

Dengan adanya hal ini, penulis tidak hanya dengan belajar teori saja melainkan penulis juga diharapkan dapat terjun langsung ke lapangan agar mendapatkan pengalaman kerja serta menerapkan teori atau ilmu yang telah didapatkan di bangku perkuliahan untuk menjadi tenaga ahli yang potensial dan profesional terutama di bidang *public relations* terutama dalam aktivitas *public relations* PT Telkom Divre IV Jateng & DIY dalam meningkatkan citra positif.

## **B. TUJUAN**

Adapun tujuan dari Kuliah Kerja Media dan penulisan Tugas Akhir ini adalah :

### **1. Tujuan umum**

- a. Sebagai pengembangan dan aplikasi ilmu pengetahuan yang didapat di bangku perkuliahan.
- b. Agar dapat melihat secara nyata dunia kerja.
- c. Agar dapat memiliki kecakapan dan keterampilan kerja sehingga pada akhirnya menjadi bekal sebelum terjun ke dalam dunia kerja.
- d. Untuk menjalin relasi dengan perusahaan sehingga dapat sebagai jalan untuk terjun ke dalam dunia kerja.
- e. Untuk memenuhi syarat kelulusan DIII Komunikasi Terapan minat Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta ( UNS ).

## **2. Tujuan khusus**

- a. Memperoleh keterampilan dalam mengelola hubungan yang baik dengan publik, baik publik internal maupun publik eksternal untuk meningkatkan citra positif PT.Telkom Regional IV Jateng dan DIY.
- b. Mengaplikasikan bagaimana peran *Public Relations* di PT Telkom Regional IV Jateng dan DIY.
- c. Mendapatkan jaringan dan berbagai relasi yang ditemui saat menjalankan Kuliah Kerja Media PT Telekomunikasi Regional IV Jateng dan DIY.
- d. Mengaplikasikannya bagaimana melakukan hubungan kerjasama secara langsung dan aktif dengan pihak internal maupun eksternal PT Telkom Regional IV Jateng dan DIY.
- e. Meningkatkan wawasan dan memperluas pengetahuan khususnya di bidang *public relations* dengan kegiatan-kegiatan maupun *event* yang dilakukan PT Telkom Regional IV Jateng dan DIY sebagai pengalaman kerja langsung di lapangan.

## **C. Manfaat KKM**

Manfaat Kuliah Kerja Media ( KKM ) yaitu :

1. Bagi Mahasiswa
  - a. Berlatih tanggung jawab dan disiplin dalam menjalankan tugas – tugas yang dilakukan.

- b. Mengetahui secara langsung peran, fungsi, dan tugas seorang *Public Relation Officer* PT. Telkom Divre IV Jateng dan DIY.
- c. Memperoleh gelar Ahli Madya (A.md) program Diploma III Komunikasi Terapan.

2. Bagi Universitas

- a. Dapat digunakan untuk mengetahui informasi perkembangan di dunia kerja.
- b. Dapat evaluasi dari pencapaian materi yang telah dikuasai oleh mahasiswa.
- c. Dapat menjalin hubungan kerjasama dengan pihak perusahaan.
- d. Sebagai referensi tambahan untuk meningkatkan kualitas pendidikan terutama jurusan *Public Relations*.

3. Bagi Instansi

- a. Menjadi wahana untuk menjalin kerjasama antara dunia usaha dengan dunia akademis.
- b. Dapat memanfaatkan untuk menyaring tenaga kerja yang memiliki kemampuan dibidang *public relations*.
- c. Mengetahui sejauh mana keberadaan perusahaan di tengah masyarakat.
- d. Memberikan masukan dan sarana guna memperbaiki dan meningkatkan kualitas perusahaan.

#### **D. Tata Laksana Kegiatan**

Kegiatan Kuliah Kerja Media ini dilakukan melalui kegiatan magang di PT Telekomunikasi Regional IV Jateng dan DIY. Kegiatan Kuliah Kerja Media (KKM) meliputi pengamatan, serta terlibat secara langsung dalam pelaksanaan kegiatan yang berhubungan dengan *public relations*.

##### **1. Tempat dan Waktu Pelaksanaan**

###### **a. Pelaksana**

Kegiatan Kuliah Kerja Pratek (KKM) ini diikuti oleh Mahasiswa D3 *Public Relations* Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret, yaitu:

Nama : Fajar Mei Sopiyantri

NIM : D1614027

Jurusan : D3 Hubungan Masyarakat

Alamat : Mangli, Randusari, Teras, Boyolali

No.HP : 082244373022

Email : [fajarmeisopiyanti@gmail.com](mailto:fajarmeisopiyanti@gmail.com)

###### **b. Tempat Pelaksanaan**

PT Telkom Divre IV Jateng dan DIY Jalan Pahlawan No 10 Semarang, Jawa Tengah.

###### **c. Waktu Pelaksanaan**

Kegiatan Kuliah Kerja Media (KKM) akan dilaksanakan selama 2 bulan yaitu pada 20 Februari 2017 – 20 April 2017.



**Tabel 1.1 Kegiatan Selama KKM**

MINGGU KE-	KEGIATAN
1	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Press kliping berita seputar Telkom</li> <li>2. Membuat analisa issue</li> <li>3. Membuat resume berita PT Telkom (<i>morning issue</i>) dan <i>kompetitor</i> PT Telkom (<i>resume competitor</i>)</li> <li>4. Menyeleksi foto-foto kegiatan PT Telkom untuk dimasukan ke web digital Telkom.</li> <li>5. Mendokumentasikan seminar dari reksa dana oleh presiden reksa dana. Yang diadakan oleh gen w Telkom. Yang berisi cara memilih investasi dengan benar.</li> </ol>
2	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Press kliping berita seputar Telkom</li> <li>2. Membuat analisa issue</li> <li>3. Membuat <i>resume</i> berita PT Telkom (<i>morning issue</i>) dan <i>competitor</i> PT Telkom (<i>resume competitor</i>)</li> <li>4. Menyeleksi foto-foto kegiatan PT Telkom untuk dimasukan ke portal Telkom.</li> <li>5. Mendokumentasikan foto apel HUT Sekar 17 tahun.</li> <li>6. Meliput kegiatan HUT Sekar ke 17 Tahun</li> <li>7. Membuat <i>Release</i> mengenai HUT Sekar ke 17 tahun</li> <li>8. Meliput acara baksos dalam rangka HUT Sekar ke 17 tahun yang dihadiri oleh direksi dari Jakarta</li> </ol>

3	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Press kliping berita seputar Telkom</li> <li>2. Membuat analisa issue</li> <li>3. Membuat resume berita PT Telkom (<i>morning issue</i>) dan competitor PT Telkom(<i>resume competitor</i>)</li> <li>4. Menyeleksi foto-foto kegiatan PT Telkom untuk dimasukan ke web digital Telkom.</li> </ol>
4	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Press kliping berita seputar telkom Membuat analisa issue</li> <li>2. Membuat <i>resume</i> berita PT Telkom (<i>morning issue</i>) dan competitor PT Telkom(<i>resume competitor</i>)</li> <li>3. Menyeleksi foto-foto kegiatan PT Telkom untuk dimasukan ke web digital Telkom.</li> <li>4. Meliput kegiatan rutin digismart yang diadakan oleh genway setiap hari rabu bertema "<i>healthy life</i>"</li> <li>5. Meliputi <i>discussiion session</i> antara serikat karyawan telkom dengan management.</li> <li>6. Meliput <i>press conference</i> bersama para wartawan.</li> <li>7. Membuat <i>press release</i>.</li> </ol>
5	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Press kliping berita seputar Telkom.</li> <li>2. Membuat analisa issue.</li> <li>3. Membuat <i>resume</i> berita PT Telkom (<i>morning issue</i>) dan competitor PT Telkom(<i>resume competitor</i>)</li> <li>4. Menyeleksi foto-foto kegiatan PT Telkom untuk dimasukan ke web digital Telkom.</li> </ol>

	<p>5. Mengikuti acara mingguan digismart telkom yang berisi tentang sosialisasi pembayaran pajak yang pembicaranya adalah adi gunawan</p> <p>6. Menyeleksi foto untuk dimasukan web digital Telkom</p>
6	<p>1. Press kliping berita seputar telkom</p> <p>2. Membuat analisa issue</p> <p>3. Membuat resume berita PT Telkom (<i>morning issue</i>) dan kompetitor PT Telkom (<i>resume competitor</i>)</p> <p>4. Menyeleksi foto-foto kegiatan PT Telkom untuk dimasukan ke web digital Telkom.</p> <p>5. Pendistribusian tcash kepada karyawan Telkom.</p>
7	<p>1. Press kliping berita seputar Telkom</p> <p>2. Membuat analisa issue</p> <p>3. Membuat resume berita PT Telkom (<i>morning issue</i>) dan competitor PT Telkom (<i>resume competitor</i>)</p> <p>4. Menyeleksi foto-foto kegiatan PT Telkom untuk dimasukan ke web digital Telkom.</p> <p>5. Pendistribusian tcash kepada seluruh karyawan telkom.</p> <p>6. Meliput kegiatan forsikatel (forum silaturahmi istri katyawan telkom) yaitu latihan senam untuk menghadapi perlombaan.</p>
8	<p>1. Press kliping berita seputar Telkom</p> <p>2. Membuat analisa issue</p> <p>3. Membuat resume berita PT Telkom (<i>morning issue</i>) dan</p>

	competitor PT Telkom ( <i>resume competitor</i> )
	4. Mendokumentasikan kegiatan Hari Kartini.

Sumber : Data pribadi